

References

1. Buts Yu., (2007), Labor Efficiency on Coal Mines: monograph, Donetsk, National Mining University, 156 p.
2. Grishnova O., (2004), Labor Economics and Socio–Labor Relations: Textbook, Kiev, Knowledge, 535 p.
3. Kulikov G.T. (2008), Ways of regulating wages in Ukraine: Labor and salary. № 29. – August 6, – P. 4–6.
4. Kulikov G., (2008), Ways to regulate wages in Ukraine, Work and salary, № 29, pp. 4–6.
5. Semikina M., (2010), Labor productivity: measurement methodology, preconditions for growth, Scientific works of the Kirovohrad National Technical University, Economic sciences, № 17, pp. 457–463.
6. Statistical Yearbook of Ukraine for 2017, State Statistics Committee, Kiev, State Enterprise «Information and Analytical Agency», (2018), 540 p.
7. Sink D., (1989), Performance Management: Planning, Measuring, and, Monitoring and Enhancing, Moscow, Progress, 532 p.
8. Makarovich V., (2014) Labor productivity as a quintessence of labor efficiency [Text], Scientific herald of Uzhgorod University, Series, Economics Uzhhorod, Publishing House UzhNU «Goverla», № 2 (43), P. 58–62.
9. Masalab R., (2003), Use of indicators of labor productivity in management of economic activity of the enterprise, the dissertation author's abstract for the degree of candidate of economic sciences, specialty 08.06.01 «Economics, organization and management of enterprises», Donetsk, 20 p.
10. McConnell, K., Bru L., (1993), Economy: Principles, Problems and Policies, Translation. from English. – Kiev, Hagar–Demos, 785 p.
11. Mocheryn SV, (2002), Economic Encyclopedia: In three volumes. T. 3 / S.V. Mocharyn – Kiev, Publishing Center «Academy», – 951 c.
12. International Labor Organization, [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.ilo.org.ua/Pages/default.aspx>
13. Orlenko O.M. (2011) Labor productivity as a criterion for the effectiveness of enterprise innovation

/ O.M. Orlenko // Bulletin of the Khmelnytsky National University, № 2. –Т. 2. – P. 91–95.

14. Lukashevich V.M. (2008) Labor Economics and Socio–Labor Relations: A Manual. – Lviv: «New World–2000», 248 p.

15. Labor Economics: a textbook (2002)/ ed. prof. P.E. Schlender and prof. Yu.P. Kokina. –М.: Lawyer, p. 203–271.

16. Poprozman N.V. (2015), Methodological bases of establishment of the strategy of development of agro–industrial production based on system analysis, Economy of ALC, vol.4 (246), pp. 35–41.

Дані про автора**Шабранська Наталія Ігорівна,**

к.е.н, с.н.с, провідний науковий співробітник відділу модернізації механізмів управління економікою, Державний науково–дослідний інститут інформатизації та моделювання економіки, Міністерство економічного розвитку і торгівлі України.

e–mail: tasha.stanker@gmail.com

Данные об авторе**Шабранская Наталья Игоревна,**

к.э.н., с.н.с, ведущий научный сотрудник отдела модернизации механизмов управления экономикой, Государственный научно–исследовательский институт информатизации и моделирования экономики, Министерство экономического развития и торговли Украины.

e–mail: tasha.stanker@gmail.com

Information about the author**Nataliia Shabranska,**

Ph.D., Senior Researcher, Leading Researcher, Department of Modernization of Economic Management Mechanisms and State Research Institute of Informatization and Modeling of the Economy Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine.

e–mail: tasha.stanker@gmail.com

УДК 336.74

DOI: 10.5281/zenodo.3245081

КРАСНОЖОН С.В.,
ПІДДУБНИЙ В.А.

Краудфандінг: історія розвитку в Україні та світі

Предмет дослідження – сукупність економічних відносин, що виникають в процесі фінансування стартапів.

Мета статті – проаналізувати історію розвитку краудфандінга в Україні та світі в цілому, оцінити потенціал такого способу інвестування і перспективу поступального руху краудфандінга в Україні,

а також з'ясувати – чи є краудфандінг для України дійсно потрібним і корисним.

Методологія проведення роботи – використані такі методи дослідження: методологія системного підходу, який передбачає комплексне вивчення діяльності платформ стартапів; фінансового аналізу; метод статистичної обробки економічних даних та метод оптимального управління (при формуванні гіпотез, висновків та рекомендацій).

Результати роботи – охарактеризовано ключові елементи поняття краудфандінгу, визначено, що краудфандінг зарекомендував себе з позитивного боку і почав активно розвиватися в Україні на початку 2000-х років, оскільки є важливим, конче необхідним інструментом для надання фінансової підтримки початківцям, молодим компаніям, продукція яких користується попитом в суспільстві.

Висновки – краудфандінг послужив катализатором, потужним стимулом для розвитку малого і середнього бізнесу. Для України це актуально як ніколи, тому що держава не має можливості фінансувати стартаперів, а суспільство як раз, навпаки – йому це під силу. Власне краудфандінг і покликаний для виконання цього завдання.

Ключові слова: краудфандінгова платформа, стартап, краудфандінг, бекери, фінансування.

КРАСНОЖОН С.В.,
ПОДДУБНЫЙ В.А.

Краудфандинг: история развития в Украине и мире

Предмет исследования – совокупность экономических отношений, возникающих в процессе финансирования стартапов.

Цель статьи – проанализировать историю развития краудфандинга в Украине и мире в целом, оценить потенциал такого способа инвестирования и перспективу поступательного движения краудфандинга в Украине, а также выяснить – есть ли краудфандинг для Украины действительно нужным и полезным.

Методология проведения работы – использованы следующие методы исследования: методология системного подхода, который предусматривает комплексное изучение деятельности платформ стартапов, метод финансового анализа; метод статистической обработки экономических данных и метод оптимального управления (при формировании гипотез, выводов и рекомендаций).

Результаты работы – охарактеризованы ключевые элементы понятия краудфандинга, определено, что краудфандинг зарекомендовал себя с положительной стороны и начал активно развиваться в Украине в начале 2000-х годов, поскольку является важным, крайне необходимым инструментом для предоставления финансовой поддержки начинающим, молодым компаниям, продукция которых пользуется спросом в обществе.

Выводы – краудфандинг послужил катализатором, мощным стимулом для развития малого и среднего бизнеса. Для Украины это актуально как никогда, потому что государство не имеет возможности финансировать стартаперов, а общество как раз, наоборот – ему это по силам. Собственно краудфандинг и призван для выполнения этой задачи.

Ключевые слова: краудфандинговая платформа, стартап, краудфандинг, бекеры, финансирование.

KRASNOZHON S.V.,
PIDDUBNIY V.A.

Crowdfunding: history of development in Ukraine and the world

The subject of research: a set of economic relations that arise in the process of financing start-ups.

The purpose of the article: to analyze the history of the development of crowdfunding in Ukraine and in the world in general, to assess the potential of such an investment method and the prospect of the progressive movement of crowdfunding in Ukraine, as well as to find out – is crowdfunding really useful and useful for Ukraine.

The methodology of the work: the following research methods have been used: the methodology of the system approach, which involves a comprehensive study of the activities of the platforms of startups, the method of financial analysis; the method of statistical processing of economic data and the method of optimal management (in the formation of hypotheses, conclusions and recommendations).

Results of the work: characterized the key elements of the concept of crowdfunding, it is stated that crowdfunding has proven itself positively and began to actively develop in Ukraine in the early 2000s, as it is an important, absolutely necessary tool for providing financial support to beginners, young companies whose products are in demand in society.

Conclusions: crowdfunding served as a catalyst, a powerful incentive for the development of small and medium-sized businesses. For Ukraine, this is more urgent than ever, because the state has no opportunity to finance start-ups, and society is just the opposite, on the contrary – it is in its power. Actually crowdfunding and is called to perform this task.

Keywords: crowdfunding platform, startup, crowdfunding, backers, financing.

Постановка проблеми. Краудфандинг як «фінансування натовпом» новаторських ідей давним-давно користується популярністю за кордоном. Саме завдяки краудфандингу було втілено в життя безліч корисних, творчих проєктів. На заході молоді та талановиті автори з абсолютною впевненістю можуть розраховувати на фінансування своїх ідей з боку населення. Однак в Україні в цей час ситуація була трохи інакша.

Загальновідомо, що ще 10 років тому фінансова підтримка креативних, оригінальних, амбітних проєктів з боку громадян України не практикувалася. Як тоді, так і зараз особливо український уряд не здатен інвестувати в стартапи. Однак, починаючи з 2012 року, ситуація кардинально змінилася: завдяки першим краудфандинговим платформам багато українських авторів зуміли проявити себе, реалізуючи творчі проєкти, в першу чергу, соціальної спрямованості. З тих пір краудфандинг почав бурхливо розвиватися в Україні, внаслідок чого з'явилося багато нових українських брендів, або взагалі реалізовано цілий ряд чудових проєктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато сучасних науковців: Ф.Котлер, У.Хенсон, Дж.Еванс, Д.Жданов, К.Кочієв, М.Кришнан, Б.Ларралде, А.Носик, К. Прахалад, А.Рогова, вважають, що краудфандинг може стати реальною альтернативою вирішення питань фінансування стартапів [9].

Мета статті. Проаналізувати історію розвитку краудфандингу в Україні та світі в цілому, оцінити потенціал такого способу інвестування і перспективу поступального руху краудфандингу в Україні.

Виклад основного матеріалу. Краудфандинг – слово іноземного походження, яке в буквальному перекладі означає «фінансування за рахунок на-

товпу» (від англ. crowd funding, crowd – «натовп», funding – «фінансування»). Сутність цього поняття розкривається в наступному: це спільна діяльність фізичних осіб (донорів) по мобілізації коштів (або інших ресурсів), часто за допомогою мережі Інтернет (через краудфандингові платформи), для надання підтримки іншим людям (реципієнтам) в здійсненні будь-якого проєкту в найрізноманітніших сферах діяльності. Останній може мати політичний, культурний, суспільний, меркантильний (ринковий) характер. Наприклад, допомога потерпілим в результаті терактів, надання підтримки кампаніям політичного спрямування, розробка інноваційного винаходу і т.д.

Краудфандинг представлений в декількох іпостасях в плані воздаяння для донора (бекера, спонсора):

- безоплатна модель (люди демократично перераховують гроші для здійснення проєкту, не претендуючи при цьому на гонорар);
- нагорода нефінансового характеру (відеозвернення розробників проєкту з вдячністю спонсорам – зразок Kickstarter);
- модель фінансового воздаяння (або висловлюючись більш лаконічно – краудінвестинг: солідним інвесторам передбачається виплата роялті; як правило дана модель краудфандингу фігурує в кіноіндустрії, записи аудіоальбомів, розробка інтерактивних розваг (відеоігор, мобільних додатків)).

Справжня цінність краудфандингу полягає в наступному: можливість акумулювати необхідні кошти, не потребуючи при цьому в послугах (фінансування) венчурних фондів і комерційних банків. Краудфандингові платформи істотно полегшили цю процедуру і, природно, зробили її куди більш доступною для авторів стартапів. З позиції генератора інноваційної ідеї – це шанс залучити не-

обхідні кошти для втілення в життя свого задуму без позик і передачі копірайту. Крім цього, краудфандінг – це ще й унікальний привід для PR–кампанії, тобто спосіб сповістити громадськість про задум, не несучи додаткових витрат. Слід відзначити ще одну перевагу краудфандінга: людина, яка заохочує конкретну ідею, виявляє безпосередню і персональну увагу, небайдужість до проекту. Людина в якійсь мірі є ентузіастом – їй імпонує концепт, людина демонструє високий поріг емпатії. В процесі рекламування свого крауд-проекту, автор так чи інакше аналізує кількість і якість відгуків, які надходять йому щодо його інноваційного винаходу, тобто проект проходить свого роду тест, в ході якого ініціатор крауд-ідеї оцінює ймовірність – наскільки благополучним буде реалізація продукту, чи буде останній користуватися попитом, що в свою чергу дозволяє здійснювати коригування концепту щоб уникнути багатьох ускладнень задовго до натискання кнопки «Пуск!».

Насправді, ще вісімнадцять років тому таке феноменальне явище як краудфандінг взагалі було відсутнє (принаймні мало слабкі відблиски). Окремі моменти «громадського фінансування» мали місце бути в кінці 90-х років минулого століття. Розповісти про це більш детально допоможе невеличкий екскурс в історію.

Початок «фінансування за рахунок натовпу» (тобто краудфандінга) бере початок з кінця ХХ століття. У 1997 шанувальники англійської прогресив-рок-групи Marillion зуміли зібрати близько 60 тис. дол. з метою надання підтримки вокалістам в гастрольних виступах по містах Сполучених Штатів. Після цього запанував тренд залучення грошових коштів на добровільній основі в Інтернеті для поступального руху кінопромисловості. У підсумку, всі ці поодинокі випадки (по закінченню небагатьох років) послужили приводом для створення в Інтернеті безлічі майданчиків, що в свою чергу сприяють в скупченні необхідної суми грошей на реалізацію того чи іншого проекту (природно, в обмін на незначний відсоток) [1].

Однак тільки 2008 і 2009 роки ознаменувалися винаходом краудфандінгових платформ IndieGoGo і Kickstarter, які прославилися залученням грошових коштів на реалізацію креативних, наукових і промислових крауд-проектів.

З тих часів краудфандінг став інтенсивно розвиватися.

Варто акцентувати увагу на тому факті, що 2014–2015 рр. можна без натяків вважати феєрично успішними в плані динаміки зростання ринку краудфандінга. Згідно зі звітом Massolution Crowdfunding Industry, загальний обсяг фінансування в 2014 році склав 16,2 млрд. дол. США (в 2013 – обсяг фінансування склав 6,1 млрд. дол., тобто приріст еквівалентний 37,65%, підйом ринку в 2,7 рази). У наступному році зростання не припинялося: 2015 рік – обсяг фінансування склав 34,4 млрд. дол. США, що на 18,2 млрд. дол. США більше ніж у минулому році (при цьому на Європу припадає 6,48 млрд. Дол. США) [2].

Екстраординарні по своїй привабливості крауд-ідеї реалізовувалися на крауд-майданчику Kickstarter:

1) розробка першого розумного годинника Pebble (2012 рік) заручилася фінансовою підтримкою в 10,3 млн. дол. США, отриманих від 68929 бекерів;

2) 3D-принтер Form-1, на який на початку була потрібна сума в розмірі 100 тис. дол. США, однак за підсумками збору коштів бюджет був еквівалентний настільки астрономічній сумі – 2 945 885 дол. США. Все це через високий попит на даний інноваційний продукт, а також його популярності, оскільки 3D-принтер дає можливість ретельно і з високою чіткістю «роздруковувати» різні предмети з непростими конфігураціями;

3) Шолом Oculus Rift дозволяє зануритися в віртуальну реальність. Творцям пощастило залучити близько 2,5 млн. дол. США. Для довідки, залучена сума в 10 разів перевищує декларований бюджет [1].

Як свідчить статистика, за підсумками 2014 року бекери по всьому світу профінансували 21 202 успішних крауд-проектів на суму близько 448 млн. дол. США на крауд-платформі Kickstarter. Не можна не відзначити суттєве зростання сукупного інвестування в проекти в 2015 році, який становив 600,8 млн. дол. США (рис 3, 4) [3].

Неможливо промовчати про досягнення українських авторів, які, скориставшись «фінансуванням натовпу», зуміли втілити в життя свої крауд-ідеї. Найбільш успішними крауд-проектами українських розробників вважаються: інтерактивна камера для спостереження за тваринами Petcube (залучено 251 тис. дол. США), розумні настільний годинник LaMetric (369 тис. дол. США), а також спалах для гаджетів iBlazr (1 56 789 дол. США).

Не потрібно бути дуже спостережливим, щоб виявити, що українських громадян на крауд-платформі Kickstarter незначна кількість. Для цього є об'єктивні причини: бентежать як труднощі з трансфертом коштів, так і складності в комунікації людей (іноземна мова). Тематика крауд-проектів на Kickstarter: інновації, фільми, музика, програмне забезпечення, відеоігри, девайси.

Крауд-майданчик IndieGoGo в нашій країні маловідомий, однак на IndieGoGo популярні крауд-ідеї, які покликані зробити світ кращим – удосконалити уклад життя, навколишнє середовище. Вагомим перевагою на користь IndieGoGo, в порівнянні з Kickstarter є відсутність географічних рамок в плані ініціювання кампанії та залучення коштів, тобто стартапер може отримати гроші навіть в тому випадку, якщо він не зібрав задекларовану суму протягом заявленого періоду (так звана функція «безлімітний краудфандінг» – не вказується часові рамки крауд-кампанії).

Серед досягнень на IndieGoGo по залученню коштів слід зазначити: смартфон Ubuntu Edge, на який вдалося зібрати всього 40% від заявленої суми (32 млн дол США) – 12 814 216 дол США; унікальний вулик Flow Hive, який передбачає вилучення меду за допомогою всього лише повороту важеля (13,289,097 дол. США); мотоциклетний шолом Skully (2 446 824 дол США із заявлених 250 тис. дол. США); соціальний робот JiBo для будинку (3 663 105 дол. США).

Рік 2012 ознаменувався дебютом «Спільнокошт» – крауд-платформи, вперше організованої в нашій країні, на основі майданчика громадських нововведень «Велика Ідея». Перш (2009 рік), «Велика Ідея» був усього лише онлайн-щоденником про інноваційні концепції. Однак, незабаром блог еволюціонував в краудфандінгову платформу.

«У 2009 році ми створили блог, де люди ділилися своїми ідеями. Ми розраховували на те, що учасники проекту будуть надихати один одного. Згодом ми вирішили, що було б здорово побачити деякі ідеї в реалізації. Тоді стали робити проект Sunday Borsch: це були зустрічі, куди люди приходили ділитися своїми задумками. На Sunday Borsch ми збирали гроші в мікрофонд, а потім глядачі голосували за кращі ідеї. Переможець голосування отримував кошти на реалізацію свого проекту. Потім ми подумали, як монетизувати сайт: на реалізацію механізму «Спільнокошт» збрали гроші так само, як зараз збираємо на інші проекти: че-

рез колег, знайомих, друзів і родичів», – ділиться своїми спогадами Ірина Соловей – співзасновник крауд-майданчика «Велика Ідея»[5].

На реалізацію «Спільнокошт» було залучено 38 260 грн. (із заявлених 35 тис. грн.), отриманих від 128 донорів. Примітним є той факт, що на момент написання даної статті втілено в життя 266 успішних стартапів з сукупними інвестиціями в сумі 19 365 243 грн., залучених від 32 419 бекерів [4].

Слід акцентувати увагу на тому, що передумовами благополучної реалізації крауд-ідей на «Спільнокошт» є проекти суспільного характеру, за допомогою яких досягається не тільки соціальний, а й економічний ефект.

Наприклад, креативна ідея Zelenew покликана зберегти навколишнє середовище від забруднення її пластиковою тарою. Zelenew – це соціально орієнтований проект, суть якого полягає в наступному: утилізація уже використаного пластика за допомогою перетворення останнього в небезпечні предмети домашнього побуту. Українські автори запозичили цей крауд-проект у голландського умільця Дейва Хаккенса, який іменував свою ідею як Precious Plastic. Хаккенс запропонував свою спрощену і загальнодоступну технологію з утилізації пластмаси, яку можна застосувати навіть у себе вдома: пластмаса кришиться, розжарюється, розплавляється і потім виливається в ту форму предмета, яку задумав майстер. Чому метод вважається спрощеним? Та тому що раніше для переробки пластику застосовувалося високотехнологічне обладнання, яке розміщувалося в замській місцевості, і покрити витрати на його функціонування могли тільки величезні партії обороту пластику. Природно такий спосіб переробки утильсировини був економічно не вигідним. Однак підхід Дейва Хаккенса виявився куди простіше, а значить більш геніальним.

Як заявляють автори проекту Zelenew, прибуток такої соціально орієнтованої фірми буде спрямована на фінансову підтримку істотних громадських пропозицій, що не будуть комерційними.

За підсумками кампанії, крауд-проект Zelenew привернув 84 072 грн. (з проголошених 50 000 грн.), отриманих від 260 вкладників.

Ще приклад успішного проекту на «Спільнокошт». La Boussole – це періодичне видання (журнал) про міста України, в якому автори звертають увагу на красу нашої країни, закликають українців з усіх куточків земної кулі популяризу-

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА

вати Україну (тому журнал планується видавати не тільки українською та російською мовами, а й англійською, німецькою та французькою), що в подальшому послужить поштовхом для залучення іноземців до нашої держави.

Про успішність цього крауд-проекту може свідчити сума, яку вдалося залучити – це 30 350 грн. із заявлених 20 000 грн.

Креативний крауд-проект Izolab привернув 1 11 000 грн. із заявлених 100 000 грн., пожертвуваних від 196 бекерів. Це цифрова майстерня, за допомогою якої кожна людина (незалежно від того, яке він має освіту – економічну, або технічну) може втілити в життя свій винахід – будь то табуретка, або софт. Тобто тут акцент робиться на простоті експлуатації цієї лабораторії. Саме тому проект привернув увагу громадськості.

Лютий 2014 ознаменувався появою другої крауд-платформи Na-Starte. Платформа відноситься до ІТ-компанії ТОВ «Інтерактивна Медіа Платформа» в Одесі, проте втілена в життя як абсолютно самостійна фірма.

Na-Starte є крауд-майданчиком з метою фінансування молодих компаній («новачків на ринку»), бізнес-ідей меркантильного характеру, а також проектів соціальної спрямованості. Краудфандінг як «фінансування за рахунок натовпу» ліг в основу діяльності Na-Starte. Компанія здійснює діяльність як неформатний магазин по попередньому продажу: інвестор, профінансувавши конкретний крауд-проект, проявляє тим самим бажання отримати товар/послугу ще до виходу на ринок, тобто стає першим щасливим володарем, не обмежуючись лише пожертвуванням грошових коштів.

Пафос реалізації крауд-платформи виник завдяки широко поширеному «фінансуванню натовпом», тобто за рахунок зростання цього ринку.

«Цей ринок за останні п'ять років зріс на 557%. За прогнозами Світового Банку через десять років принцип народного фінансування дасть можливість країнам, що розвиваються обігнати вже давно благополучних лідерів всіх рейтингів. Для України в політичній та економічній ситуації краудфандінг може стати рятувальним кругом в плані поживлення малого та середнього бізнесу», – прокоментували представники Na-Starte [6].

Про те, яким чином Na-Starte будуть змагатися зі своїм головним конкурентом «Спільнокошт», представники компанії прокоментували

наступним чином: «Велика Ідея» робила ставку на благодійні і соціальні проекти. Наше коло інтересів в плані творчості набагато ширше»[6].

Крауд-платформа Na-Starte приваблива для:

1. Творців креативних, інноваційних ідей:

- протестувати задум – чи є ваш проект затребуваним;
- мобілізувати необхідні кошти;
- зацікавити перших споживачів своєї продукції/послуги, а також заручитися підтримкою благодійної «публіки»;
- можливість знайти відповідну реакцію (відгуки) на реалізовану ідею, і шанс удосконалити (модернізувати) наявний проект до моменту масштабного збуту продукції;
- сповістити громадськість, оперуючи крауд-проектом, тобто за допомогою останнього розкрутити потужну PR-кампанію.

2. Інвесторів і одночасно замовників нетрадиційних товарів:

- вилучити виняткову нагороду;
 - шанс набути товар/послугу до моменту масштабних продажів;
 - становлення майбуття нашої держави за допомогою причетності до суспільно-важливих програм.
3. Бізнес-організацій:
- приріст благодійною клієнтури;
 - збільшення лояльності до бренду;
 - зростання популярності бренду за рахунок неформатного піару;
 - отримана вигода від неабиякої популяризації бренду (мається на увазі користь у формуванні іміджу компанії);
 - становлення майбуття нашої держави за допомогою причетності до суспільно-важливих програм.

Na-Starte як крауд-платформа успішно дебютувала завдяки новаторському виданню книги «Чудова країна».

«Перший успішний проект на Na-Starte ми організували самостійно. Я запропонувала ідею створення загальнонаціонального видання, і доклала всіх зусиль для того, щоб отримати можливість в результаті показати позитивний приклад. Суть книги «Чудова країна» полягає в тому, що будь-яка людина змогла купити сторінку в цьому виданні (електронний чи друкований екземпляр) і заповнити її самостійно. Я спілкувалася з багатьма людьми, розповідаючи про книгу, і отримувала масу позитивних відгуків. З 10 осіб двоє ставали спонсорами. Результат – успішний

проект», – ділиться своїми спогадами співзасновник краудфандінгової платформи Na–Starte Анастасія Кутузова [7].

Не може не привернути увагу цифра «3,7 млн. грн.» – саме таку кількість коштів зуміла залучити найщасливіша крауд–ідея (причому сума акумульованих коштів склала 125%!). Феєричним проектом, який за волею долі привернув увагу українських ЗМІ, став український фільм режисера Георгія Делієва «Одесский подкидыш». Такого рівня в залученні коштів на реалізацію ідеї не досяг жодний крауд–майданчик України. Це справді досягнення! Історія цього крауд–проекту заслуговує на особливу увагу.

Одного разу у Народного артиста України і художнього керівника комік–трупі «Маски» Георгія Делієва визріла ідея про екранізацію п'єси Георгія Голубенка «Одесский подкидыш». Залучення благодійників для втілення в життя кіно–проекту – процес обтяжливий. І тоді сподвижник Делієва порекомендував звернутися за допомогою до «колективного фінансування».

У той час Na–Starte вже мали досвід мобілізації грошових коштів для втілення в життя проектів кінопромисловості. Власне це і послужило значущою перевагою на користь саме Na–Starte як крауд–платформи, втім, співробітники надають підтримку авторам не тільки в процесі розміщення проекту на майданчику, а й сприяють в його запуску.

На початку 2016 року почалася крауд–кампанія по мобілізації заявленої суми в 3 млн. грн. І крім компетентних експертів, потрібні були неабиякі піар і реклама для реалізації такого великого проекту. Власне це і був початок тернистого шляху до успіху.

Фахівці Na–Starte порекомендували використовувати в інтересах проекту прямий ефір: по закінченню постановки «Одесский подкидыш» і феєричними оваціями публіки Георгій Делієв став адресуватися до своїх шанувальників в соцмережах з переконливим проханням підтримати проект екранізації п'єси. І це справило надзвичайний ефект. Заявлена сума стала рости за рахунок надходжень «офлайн», тобто гроші стали давати особисто режисеру в руки. Таким чином вдалося зібрати 100% заявленої суми.

Влітку автори проекту заявили на каруд–майданчику та у соцмережах про початок зйомок кінофільму «Одесский подкидыш», і це одночасно послужило сильним інформаційним приводом

для активізації збору коштів. З того моменту берери ще профінансували проект на суму близько 100 тис. грн. Проект все більше привертав увагу громадськості.

Істотний внесок зробили чотири підприємства, профінансувавши відсутню суму. Дві фірми з Києва підтримали проект на суми 550 тис. і 880 тис. грн. (ними було надано обладнання для зйомок), і дві одеські компанії – інвестували в проект 150 тис. грн. і 2,1 млн. грн.

Копітка робота над проектом дала свої плоди: за рік вдалося залучити не тільки проголошену суму в 3 млн. грн., а й істотно перевищити її – проект привернув 3 749 306 грн. (збори на 25% перевалили заявлену суму).

Місія крауд–платформи Na–Starte – не тільки залучення грошових коштів на втілення в життя крауд–ідей, а й прогрес краудфандінга в нашій державі. Про це свідчить пропозиція творця крауд–платформи Ігоря Васильківського: не стягувати плату (комісія 8%) з проекту «Одесский подкидыш», як ми природно чинимо, всі до копійки залучені гроші повинні бути направлені на зйомку фільму.

Квітень 2016 року відзначився стартом абсолютно незнайомого до цього в нашій країні сервісу – дебютом майданчику крауд–кредитування КУБ («Країна Успішного Бізнесу»), оператором якої є ПриватБанк. Це резонанс останньої тенденції в світі – крауд–лендінг, тобто позики безпосередньо від вкладника до позичальника–підприємця (бізнес–стратегії P2P (приватна особа – приватна особа) і P2B (приватна особа – бізнес)) [8].

На момент запуску майданчика крауд–кредитування КУБ, а зараз особливо український малий бізнес потребує фінансування, оскільки без останнього не є можливим реанімація зростання економічної активності. Слід підкреслити, що бар'єр для малого бізнесу до кредитування з боку банків просто непереборний.

Майданчик крауд–кредитування КУБ дозволяє малому бізнесу мобілізувати необхідні кошти громадян і підприємств. У той же час громадяни України можуть безпосередньо інвестувати в розвиток українського бізнесу. Завдяки сервісу «Кредити українському бізнесу» кожному офіційно зареєстрованому підприємцю надається можливість оповістити громадськість про рід свого бізнесу і залучити вкладників для розширення останнього. У свою чергу інвестори кам–

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА

панії крауд-кредитування не тільки мають можливість стягати вигоду у вигляді більш високих відсотків, а й навчч спостерігати прогрес профінансованого проекту.

Потребуючи фінансування, МСБ (продуктові магазини, аптеки, агробізнес, автоперевезення, готелі, ресторани) буде розміщувати заявки на залучення грошових коштів. У разі відповідності проекту всім умовам кредитної програми, необхідна сума буде перерахована підприємцю у вигляді платної позики.

Слід підкреслити, що доходи вкладників відповідно до проекту КУБ перевищують доходи по банківських депозитах за рахунок безпосереднього фінансування в український бізнес без посередництва даної фінансової установи. Профінансувати певний проект можна з усякої банківської карти, а дохід (25% річних) відповідно буде перераховуватися на цю ж карту кожен місяць.

При цьому ПриватБанк, як організатор майданчики, бере на себе зобов'язання перекредитувати позичальника в разі, якщо він зіткнеться з труднощами при погашенні кредиту інвестору, таким чином, інвестор обов'язково отримає свої кошти назад. Також всі позики в системі «КУБ», а відповідно, і інвестиції, будуть в повному обсязі застраховані страховою компанією «Ингосстрах».

За два роки існування програми «КУБ» профінансовано 33 тис. проектів на суму 4,2 млрд. грн. [9]. Власне, ця цифра говорить про затребуваність даного сервісу, що безумовно є вагомим аргументом на користь краудфандінга.

Висновки

В якості висновку залишається додати, що краудфандінг, як інноваційний вид фінансування стартапів в Україні, хоч і з запізненням (щодо західних країн, особливо США), стрімко розвивається, стає популярним засобом для втілення в життя творчих, інноваційних та суспільно корисних проектів, а також покликаний поживати економічне зростання України за допомогою інвестування в малий і середній бізнес як основу фінансового добробуту країни.

Список використаних джерел

1. Краудфандинг: популярные площадки в Украине и мире. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://psm7.com/analytics/kraudfanding-kak-privlech-investicii-i-realizovat-mechtu.html>

2. CROWDFUNDING INDUSTRY STATISTICS 2015 2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>

3. Kickstarter in 2017 – Year in review. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://icopartners.com/2018/01/kickstarter-2017-year-review/>

4. Спільнокошт – краудфандинг в Україні. Велика ідея. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://biggggidea.com/projects/>

5. С миру по нитке: Как работает краудфандинг в Украине. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.the-village.com.ua/village/city/situation/120893-big-idea>

6. В Украине запустилась еще одна краудфандинговая платформа Na-Starte. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ain.ua/2014/02/06/v-ukraine-zapustilas-eshhe-odna-kraudfandingovaya-platforma-na-starte/>

7. Как реализовать проект с помощью краудфандинга? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://chp.com.ua/all-news/item/29055-kak-realizovat-proekt-s-pomoschyu-kraudfandinga>

8. Кредиты прямого действия. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dengi.ua/finance/289599-Kredity-pryamogo-dejstvija>

9. Сучасний стан та перспективи розвитку краудфандингу в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://spu.fmm.kpi.ua/article/view/72884/68378>

References

1. Kraudfandinh: populyarni maydanchyky v Ukrayini ta sviti. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <https://psm7.com/analytics/kraudfanding-kak-privlech-investicii-i-realizovat-mechtu.html>

2. CROWDFUNDING INDUSTRY STATISTICS 2015 2016. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://crowdexpert.com/crowdfunding-industry-statistics/>

3. Kickstarter in 2017 – Year in review. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://icopartners.com/2018/01/kickstarter-2017-year-review/>

4. Spil'nokosht – kraudfandinh v Ukrayini. Velyka ideya. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <https://biggggidea.com/projects/>

5. Z myru po nyttsi: Yak pratsyuye kraudfandinh v Ukrayini. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <https://www.the-village.com.ua/village/city/situation/120893-big-idea>

6. V Ukrayini zapustylasya shche odna kraudfandinhovaya platforma Na-Starte. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <https://ain.ua/2014/02/06/v-ukraine-zapustilas-eshhe-odna-kraudfandingovaya-platforma-na-starte/>

7. Yak realizuvaty proekt za dopomohoyu kraudfandinha? [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://chp.com.ua/all-news/item/29055-kak-realizovat-proekt-s-pomoschu-kraudfandinga>

8. Kredyty pryamoji diyi. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://dengi.ua/finance/289599-Kredyty-prjamogo-dejstvija>

9. Suchasnyy stan ta perspektyvy rozvytku kraudfandinhom v Ukrayini. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://spu.fmm.kpi.ua/article/view/72884/68378>

Дані про авторів

Красножон Світлана Володимирівна,

к.е.н., доцент, доцент кафедри корпоративних фінансів і контролінгу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
e-mail: svelte@ukr.net

Піддубний Володимир Антонович,

д.т.н., професор, професор кафедри технології і організації ресторанного господарства ДВНЗ Київський національний торговельно – економічний університет
e-mail: profpod@ukr.net

Данные об авторах

Красножон Светлана Владимировна,

к.э.н., доцент, доцент кафедры корпоративных финансов и контролингу ГВУЗ Киевский национальный экономический университет имени Вадима Гетьмана
e-mail: svelte@ukr.net

Поддубный Владимир Антонович,

д.т.н., профессор, профессор кафедры технологии и организации ресторанного хозяйства ГВУЗ Киевский национальный торгово-экономический университет
e-mail: profpod@ukr.net

Data about the authors

Svitlana Krasnozhon,

candidate of economics, associate professor of department of corporate finance and controlling Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman
e-mail: svelte@ukr.net

Volodimir Piddubniy,

doctor of engineering, professor, professor department of technology and organization of Restaurant Industry Kyiv National Trade and Economics University
e-mail: profpod@ukr.net